

HEFT-THEMA:

Österreich

ROT-WEISS-ROT ALS ARGUMENT



AMA-GASTROSIEGEL



## Genuss made in Austria

Immer mehr Konsumenten stellen die Frage, woher das Essen auf ihrem Teller eigentlich kommt. Der Trend ist auch in der Gastronomie stark spürbar: Laut einer Studie legt jeder zweite Gast Wert auf eine regionale Herkunft der Rohstoffe – insbesondere bei Fleisch und Eiern.

Seit zehn Jahren gibt es mittlerweile das AMA-Gastrosiegel, das eine transparente Kennzeichnung von Fleisch, Milchprodukten, Eiern, Erdäpfeln, Obst, Gemüse, Wild und Süßwasserfischen in der Speisekarte garantiert. „Mit der Einführung des Siegels wurde die Regionalität in der Außer-Haus-Verpflegung erst so richtig zum Thema gemacht“, sagt Sabine Flöcklmüller, Marketing-Managerin des AMA-Gastrosiegels, „heute ist der Wunsch der Konsumenten nach Verwendung regionaler Rohstoffe beim Außer-Haus-Verzehr genauso wichtig wie beim Einkauf für den eigenen Haushalt.“

*Für 72% der Gäste ist es wichtig, dass künftig mehr Restaurants die Herkunft der Rohstoffe auf der Speisekarte kennzeichnen.*

Sabine Flöcklmüller,  
Marketing-Managerin AMA-Gastrosiegel

**BESIEGELT.** Tatsächlich ergab eine Motivanalyse der AMA bereits vor drei Jahren, dass es für rund 70 Prozent der Gäste wichtig ist, dass künftig mehr Wirtshäuser und Restaurants die Herkunft der Rohstoffe auf der Speisekarte kennzeichnen. Mittlerweile erfüllen ca. 1.200 Betriebe in ganz Österreich die Voraussetzun-

gen. Die teilnehmenden Betriebe werden einmal jährlich auf Einhaltung der Kriterien durch eine unabhängige Kontrollstelle geprüft. Ein positives Audit führt zu einer Verlängerung des Zertifikats. „Ein wesentliches Ziel ist die Bewahrung des kulinarischen Erbes durch die Verwendung regionaler Produkte und Zubereitung traditioneller, frisch gekochter Speisen“, erklärt Sabine Flöcklmüller.

**PARTNER.** „Mit gelebter Regionalität als Alleinstellungsmerkmal können Betriebe ihre Gäste emotional an sich binden“, bekräftigt Peter Krug, Einkaufsleiter bei Eurogast Österreich, „gleichzeitig bleiben die Wertschöpfung und in weiterer Folge auch die Arbeitsplätze in der Region.“ Bei Eurogast tragen daher alle Molkerei-Produkte der Eurogast Eigenmarke, wie z.B. der „Tilsiter“ oder der „Speisetopfen“ das AMA-Gütesiegel. Generell arbeitet Eurogast an den jeweiligen Standorten stark mit regionalen Partnern zusammen. „Bedingt durch Lebensmittelskandale und aktuelle Themen wie TTIP werden Konsumenten immer kritischer beim Kauf und Verzehr von Lebensmitteln – der Wunsch nach

*Mit gelebter Regionalität können Betriebe ihre Gäste emotional an sich binden.*

Peter Krug, Einkaufsleiter Eurogast

Regionalität wird an die Gastronomen weitergegeben“, meint Peter Krug.

**WISSEN.** Auch in der Gemeinschaftsverpflegung, wie z.B. in Betriebskantinen, Schulen, Spitälern, Kasernen oder Seniorenheimen, wird die Herkunft der Lebensmittel immer öfter von den Gästen hinterfragt. Rund 2,5 Mio. Menschen werden täglich in Großküchen versorgt: Frische, Qualität und Herkunft sind dabei entscheidende Kriterien für den Gast, die oft schwer nachvollziehbar sind. Das kann zu Verunsicherung führen. „Gut zu Wissen“ ist eine Initiative von der Landwirtschaftskammer Österreich, die Transparenz in die Gemeinschaftsverpflegung bringen soll.

*Mit der Kennzeichnung hat der Konsument die Wahlfreiheit.*

Josef Plank, Generalsekretär  
der Landwirtschaftskammer Österreich

**WAHL.** „Durch die Herkunftskennzeichnung von Fleisch und Eiern in der Speisekarte kann die Informationslücke geschlossen und das Vertrauen der Gäste gewonnen werden“, sagt Josef Plank, Generalsekretär der Landwirtschaftskammer Österreich. Dabei geht es nicht um eine Verpflichtung zu regionalen Produkten, sondern es ist ein unbürokratisches Instrument für den Gastronomen, um dem Gast die Wahlfreiheit zu bieten, mit der er sich bewusst für oder gegen ein Produkt entscheiden kann. kp

